



Tapahtumatuotannon käsikirja: Teurastamo

Taija Viherranta

2020 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Tapahtumatuotannon käsikirja: Teurastamo

Taija Viherranta
Matkailu- ja palveluliiketoiminta
Opinnäytetyö
Toukokuu, 2020

Taija Viherranta

Tapahtumatuotannon käsikirja: Teurastamo

Vuosi

2020

Sivumäärä

54

Opinnäytetyön projektina oli suunnitella ja luoda tapahtumatuotannon käsikirja Teurastamon yrittäjät ry:lle. Käsikirja sisältää peruspohjan tapahtumatuotannon eri osa-alueisiin, sekä toimii runkona Teurastamon tapahtumien tuottamiseen tapahtumatyöntekijöille ja harjoittelijoille. Opinnäytetyö koostuu kahdesta osasta, tapahtumatuotannon teoriaosasta sekä toiminnallisesta osasta.

Teurastamon yrittäjät ry on Teurastamon alueen yrittäjien yhteistyöyhdistys. Teurastamon yrittäjät ry on perustettu vuonna 2016 ja yhdistyksen pääasiallinen toimiala on järjestöt, yhdistykset ja säätiöt. Teurastamon yrittäjät ry vastaa Teurastamon tapahtumatuotannosta. Opinnäytetyön tavoite oli luoda tapahtumatuotannon käsikirja. Käsikirjan sisältö on suunnattu Teurastamon tapahtumatyöntekijöille ja harjoittelijoille. Käsikirjan tarkoituksena on toimia Teurastamon tapahtumatuotannon prosessin tukena ja muistilistana. Käsikirja suunniteltiin vastaamaan toimeksiantajan tarpeita.

Opinnäytetyön teoreettisena viitekehyksenä toimii tapahtumatuotannon peruskäsitteet. Opinnäytetyön teoriaosuudessa käydään läpi tapahtumatuotannon eri vaiheet Teurastamon tapahtumatuotannon näkökulmasta.

Käsikirjan suunnittelu ja luominen on tämän opinnäytetyön toiminnallinen osuus. Käsikirja suunniteltiin Canva kuvankäsittelyohjelmaa käyttäen. Lopputuloksena syntyi visuaalinen ja informatiivinen tapahtumatuotannon käsikirja Teurastamon tapahtumien järjestämisen tueksi.

Taija Viherranta

Designing an Event Production Manual: Case Teurastamo

Year 2020

Pages

54

The objective of this bachelor's thesis was to plan and produce an event production manual for Teurastamon yrittäjät ry. The event production manual includes the basics for event production steps and works as a framework for event production for Teurastamo's workers and interns. The event production manual would help Teurastamo's producers and interns to remember the steps for their event production. This thesis consists of two sections, theoretical and functional section on event production.

Teurastamon yrittäjät ry is a cooperative association of entrepreneurs in the Teurastamo area. Teurastamon yrittäjät ry was founded in 2016 and the association's main actors are organizations, associations and foundations. Teurastamon yrittäjät ry is responsible for Teurastamo's event production. The purpose of the thesis was to create a manual of event production. The content of the manual is aimed at Teurastamo's event workers and trainees. The purpose of the manual is to support and work as a checklist for Teurastamo's event production process. The manual was designed to meet the needs of the client.

The theoretical section of the thesis covers the basic concepts of event production. The theoretical section of the thesis reviews the different stages of event production from the perspective of Teurastamo.

The design and creation of the manual comprises the functional section of this thesis. The manual was designed using the Canva image editing program. The product is a visual and informative event production manual to support in Teurastamo's event organizing process.

Keywords: Event, Event management, Event production

Sisällys

1	Johdanto	6
2	Teurastamo yrityksenä	7
3	Tapahtuma.....	9
3.1	Tapahtumatuotanto	9
3.2	Suunnitteluvaihe	11
3.2.1	Tapahtumamarkkinointi.....	13
3.2.2	Tapahtuman budjetti.....	16
3.2.3	Tapahtuman sponsorointi.....	18
3.2.4	Tapahtumaturvallisuus	18
3.2.5	Pelastussuunnitelma.....	20
3.3	Toteutusvaihe.....	22
3.4	Jälkimarkkinointivaihe ja tapahtuman analysointi.....	23
4	Käsikirjan suunnitteluprosessi.....	24
4.1	Käsikirja käytännössä.....	24
4.2	Käsikirjan sisältö	25
5	Johtopäätökset	26
	Lähteet	27
	Kuviot	29
	Taulukot	29
	Liitteet.....	30

1 Johdanto

Tämä opinnäytetyö on tehty Teurastamo - Teurastamon yrittäjät ry:lle. Teurastamon yrittäjät ry vastaa Teurastamon alueen tapahtumatuotannosta. Teurastamo on Kalasatamassa toimiva vanha teurastamoalue, joka on avattu uuteen käyttöön vuonna 2012. Nykyisin Teurastamolla toimii monta eri yrittäjää niin tapahtumatuotannosta ravintolayrittäjiin.

Opinnäytetyön tavoitteena on luoda selkeä, mutta visuaalinen tapahtumatuotannon käsikirja Teurastamon tapahtumien järjestämisen tueksi. Käsikirjan luomiseksi on käytetty apuna tapahtumatuotannon teoriaa, Canva kuvankäsittelyohjelmaa sekä itse oppimiani asioita viimekesäiseltä tapahtumatuotannon harjoittelujaksoltani Teurastamolla. Tarkoituksena opinnäytetyölle on luoda Teurastamon uusille työntekijöille ja harjoittelijoille tapahtumatuotannon käsikirja. Käsikirja sisältää tapahtumatuotannon teoriaa ja siitä pystyy seuraamaan Teurastamon tapahtumatuotannon prosessia. Ennen kaikkea käsikirjan tarkoitus on toimia peruspohjana tapahtumille ja tukea niiden tuottamisen vaiheita.

Opinnäytetyö koostuu kahdesta osuudesta, tapahtumatuotannon teoriaosuudesta, sekä toiminnallisesta osuudesta. Toiminnallisessa osuudessa on suunniteltu ja luotu Teurastamolle tapahtumatuotannon käsikirja Canva kuvankäsittelyohjelmalla.

Opinnäytetyön teoriaosuus on rajattu tapahtumatuotannon keskeisiin osa-alueisiin ja Teurastamon tapahtumatuotannon prosessiin sopivaksi. Teoriaosuudessa on käyty läpi tapahtumatuotannon osat suunnitteluvaiheesta jälkimarkkinointivaiheeseen. Lisäksi teoriaosuudessa on käyty läpi käsikirjan suunnitteluprosessi ja tehdyt johtopäätökset.

Tämän opinnäytetyön toiminnallisessa osuudessa on syntynyt Teurastamolle suunniteltu tapahtumatuotannon käsikirja. Käsikirjan on luotu Canva kuvankäsittelyohjelmalla käyttäen tämän opinnäytetyön teoriaosuutta, Teurastamon jo valmiita materiaaleja, sekä oppimaani viime kesän työharjoittelujaksolta.

2 Teurastamo yrityksenä

”Teurastamo on Helsingin Kalasataman kupeessa uutta kaupunki- ja ruokakulttuuria kuhiseva entinen teurastuslaitos vuodelta 1933, joka avattiin kaupunkilaisten käyttöön syksyllä 2012” (Teurastamo 2020). Teurastamon alkuaikoina alueella tukkutoiminta on ollut vahvassa roolissa ja yhteydessä teurastustoimintaan. Monet vihannes-, kala- ja kukka-alan toimijat saapuivat Teurastamon alueelle monipuolistamaan tarjontaa, joka johti torialueen ulkokaupan vilkastumiseen. Vuosien mittaan Teurastamon tukku- ja toritoiminta kehittyi, mutta teurastustoiminta alkoi hiljalleen hiipumaan, ja vuonna 1992 teurastustoiminta alueella loppui kokonaan. Teurastamon alueella lihanleikkaus ja tukkutoiminta on kuitenkin säilynyt vielä tänäkin päivänä. Alueella toimii aktiivinen lihaleikkaamo sekä Helsingin tukkutori. (Teurastamo 2020.)

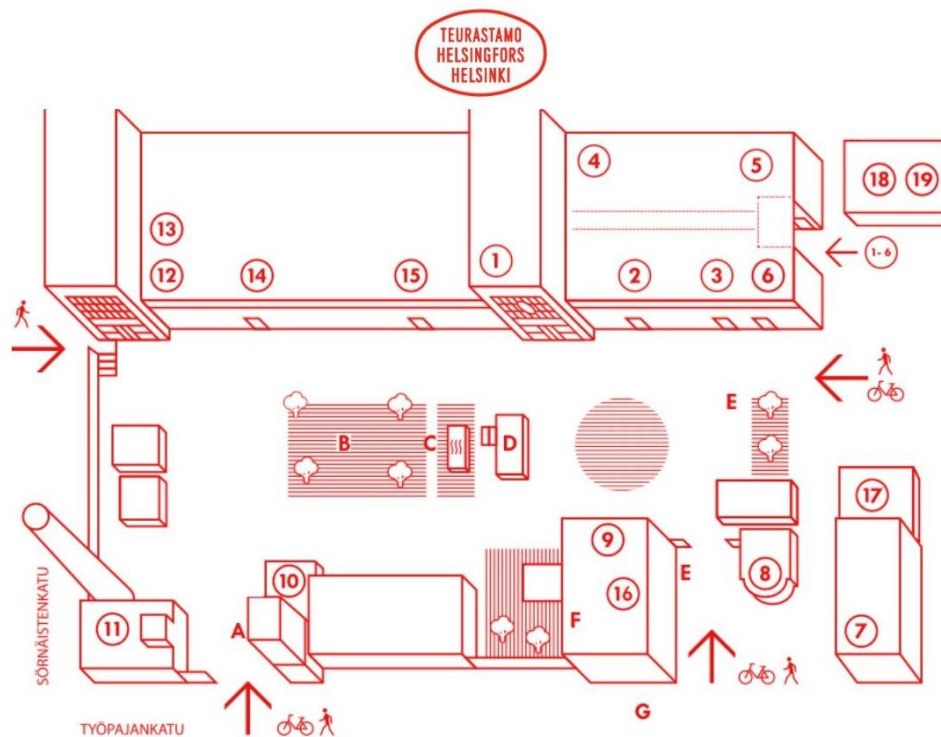
Vanha Teurastamo alue sai uuden alun syyskuussa 2012, kun alue avattiin yrittäjävetoiselle toiminnalle. Osa vanhoista teurastustiloista muutettiin varasto- ja tuotantotiloiksi, ja osa niistä remontointiin uuteen uskoon, jonka myötä alue avasi ovensa yrittäjille. Teurastamolta tällä hetkellä voit löytää mm. Helsingin kahvipaahtimon, The Helsinki Distilling - tislamon, taide- ja kulttuuritoimijoita sekä erilaisia ravintoloita, leipomoita ja kahviloita. Kesällä myös erityisesti Teurastamon alue on suosittu pop up - toimijoiden joukossa. (Teurastamo 2020.)

Teurastamon tapahtumatuotannosta vastaa Teurastamon yrittäjät ry yhdistys. Yhdistys on perustettu vuonna 2016 ja yhdistyksen pääasiallinen toimiala on järjestöt, yhdistykset ja säätiöt. Teurastamon yrittäjät ry on Teurastamon alueen yrittäjien yhteistyöyhdistys. Teurastamon yrittäjät ry:n jäseniä ovat kaikki Teurastamolla sijaitsevat toimijat (kuva 1). Teurastamon alueesta vastaa Helsingin Tukkutori, joka on Helsingin kaupungin virasto. Yhdistys tekee tiivistä yhteistyötä Tukkutorin kanssa. Teurastamon tapahtumatuottaja toimii Teurastamon yrittäjät ry:n hallituksen ja puheenjohtajan alaisuudessa, ja on päävastuussa Teurastamon tapahtumien järjestämisestä. (Teurastamo 2020.)

Teurastamolla järjestetään ympäri vuoden monenlaisia tapahtumia. Useimmat Teurastamon tapahtumat on ilmaisia ja avoimia kaikille. Teurastamolla on paljon ulkotapahtumia mm. musiikkitapahtumia, markkina- ja kirpputori tapahtumia, koko perheelle suunnattuja lastentapahtumia, ruoka ja juomatapahtumia, sekä erilaisia kursseja ja työpajoja. (Teurastamo 2020.)

- | | |
|---|-------------------------|
| 1 Kellohalli | A Liiteri |
| 2 Jädelino | B Riippumatot (kesällä) |
| 3 Taqueria Lopez y Lopez | C Grilli |
| 4 Flavour Studio | D Esiintymislava |
| 5 B-Smokery | E Pyöräparkit |
| 6 B-Side Bar | F Sauna |
| 7 Tukkutorin kala | G Kaupunkipyörät |
| 8 Teurastamon Portti | |
| 9 Ravintola Palema | |
| 10 Mad House Helsinki | |
| 11 The Helsinki Distilling Company | |
| 11* Tislaamo – Distillery Bar | |
| 12 Leipomo Väyrynen pop up | |
| 13 Leipomo Väyrynen (tuotantotila) | |
| 14 Helsingin Kahvipaahtimo (tuotantotila) | |
| 15 (tuotantotila) | |
| 16 Moko Market | |
| 17 Kohta taidehalli | |
| 18 Helsingin Kahvipaahtimon | |
| Päiväkahvibaari | |
| 19 Pizzala Pizza | |

Kuva 1: Teurastamon toimijat (Teurastamo 2020)



Kuva 2: Teurastamon pohjakartta ja toimijoiden sijainnit (Teurastamo 2020)

Teurastamon sydän on sen ympärivuotinen vapaasti käytössä oleva kaikkien oma takapiha. Eri-tyisesti kesäaikaan Teurastamon takapihalla on kovassa käytössä ilmainen iso punatiilinen grilli. Teurastamolla on myös mahdollista alkaa kesäisin kaupunkiviljelijäksi. Teurastamo jakaa alkukesästä puutarhasäkkejä tai laatikoita valmiiksi mullalla täytettynä, ja halukkaat saavat mukavan kesäprojektin itselleen. Teurastamolla on myös mahdollista järjestää omia tapahtumia ja yksityistilaisuuksia. Teurastamolla on vuokrattavissa myös saunatila omaan käyttöön.

3 Tapahtuma

Tapahtuma on itsessään käsitteenä hyvinkin laaja. ”Tapahtuma-käsitteellä voidaan tarkoittaa esimerkiksi messuja, markkinoita, kilpailuja, konsertteja ja monia muita yleisötilaisuuksia” (Korhonen, Korkalainen, Pienimäki & Rintala. 2015, 7). Tapahtumaksi voidaan laskea monen tuhannen ihmisen suuri massatapahtuma tai vastaavasti myös muutaman ihmisen järjestämä yksityinen tapahtuma. Tapahtumat ovat sosiaalisia tilanteita, jotka ovat sidottuina tiettyyn aikaan ja paikkaan ja sisältävät aina joitakin riskejä. (Korhonen ym. 2015, 7.) Capell (2013, 7) määrittelee tapahtuman yksinkertaisesti joksikin mitä tapahtuu ja mikä tuo ihmiset yhteen tiettyyn paikkaan ja aikaan. Tapahtumia on siis monenlaisia, suuria ja pieniä, sekä kaikkea siltä väliltä. Kokoon tumislain mukaan tapahtuman käsite on yleisölle avoin huvitilaisuus, esimerkiksi näytös, festivaali tai kilpailu. (Visit Tampere 2018, 4.)

Tapahtuma voidaan jakaa sen sisällön mukaan kolmeen osa-alueeseen, aistimukselliseen, hyödylliseen ja yhteisölliseen tapahtumaan. Aistimustapahtumassa korostuvat viihhteellisyys ja ohjelmallisuus. Hyötytapahtumassa oppiminen, verkostoituminen ja palkitseminen ovat pääroolissa. Yhteisöllinen tapahtuma painottuu enemmän osallistujien vuorovaikutukseen. Useimmiten tapahtumat ovat näiden kaikkien kolmen osa-alueen sekoituksia, mutta hyvä tapahtumajärjestäjä osaa myös korostaa yhtä tiettyä osa-aluetta. (Catani 2017, 22.)

Tapahtuman tarkoituksena on saada tuloksia aikaan, oli sitten kyseessä minkälainen tapahtuma tahansa. Tapahtuman perustavoitteena on koota ihmisiä yhteen sovittuun aikaan ja paikkaan jotain tiettyä tarkoitusta varten. (Korhonen ym. 2015, 7.)

3.1 Tapahtumatuotanto

Tapahtumatuotanto voidaan perinteisesti jakaa kolmeen osa-alueeseen, tapahtuman sisällön tuotantoon, tekniseen tuotantoon ja kaupalliseen tuotantoon. Jokaiseen osa-alueeseen sisältyy erilaisia suunniteltavia ja toteutettavia vaiheita (taulukko 1).

Tapahtuman sisällön tuotanto	Tapahtuman tekninen tuotanto	Tapahtuman kaupallinen tuotanto
Strateginen suunnittelu, tavoitteet	Tapahtumapaikan valinta ja suunnittelu	Budjetointi
Tapahtuman idea, konsepti, teema, punainen lanka	Tapahtumarakenteet	Tunnusluvut
Viestit, tarina	Ympäristösuunnittelu	Tavoitteet, mittarit ja mitaaminen
Palvelut ja tuotteet	Tekniikka	Kohderyhmät ja segmentointi
Visuaalinen ilme ja elementit	Luvat, pelastus- ja turvallisuussuunnitelma	Verkkosivut, kutsu ja kutsuprosessi
Palvelupolku, käsikirjoitus	Rakentaminen ja purkaminen	Markkinointisuunnitelma, myös sisäinen viestintä
	Aikatauluttaminen	Sosiaalinen media
		Yhteistyökumppanuudet, sponsorointiyhteistyöt

Taulukko 1: Tapahtumatuotannon osa-alueet (Häyrinen & Vallo 2016, 192-193)

Kun tapahtuman tuotantovaiheessa on otettu huomioon kaikki yllä olevan taulukon osa-alueet, on tapahtumatuotannon suunnittelu- ja toteutusvaihe jo erittäin hyvällä mallilla. Tapahtumatuottajan työtehtävät voivat siis vaihdella hyvinkin paljon erilaisten tapahtumien tuotantoprosessien välillä, ja tämän vuoksi on kannattavaa ensin määritellä huolellisesti tapahtuman luonne ja sisältö.

Tapahtuman tuottaminen on aina oma projektinsa, jossa erilaisten projektihallinnan työkalujen ja metodien käyttäminen määrittää onko tapahtumatuotanto onnistunut vai ei. (Shone & Parry 2004, 164.) Tapahtumatuotannon prosessin helpottamiseksi on kannattavaa miettiä tapahtumaa projektina ja jakaa se eri vaiheisiin. Tapahtumatuotannon prosessi jaetaan yleisesti suunnittelu-, toteutus-, ja jälkimarkkinointivaiheeseen (kuvio 1).

Suunnitteluvaihe	Tapahtuman toteutus	Jälkimarkkinointi
☆ 75 % / 6 vkoa	☆ 10 % / 0,8 vkoa	☆ 15 % / 1,2 vkoa
<ul style="list-style-type: none"> • Projektin käynnistys • Resursointi • Ideointi • Vaihtoehtojen tarkistus • Päätökset ja varmistaminen • Käytännön organisointi 	<ul style="list-style-type: none"> • Rakennusvaihe • Itse tapahtuma • purkuvaihe 	<ul style="list-style-type: none"> • Kiitokset asianomaisille • Materiaalin toimitus • Palautteen kerääminen ja työstäminen • Yhteydenottopyyntöjen hoitaminen ja lupauksen lunastamisen aloittaminen • Yhteenveto • Tapahtuman jatkaminen sosiaalisessa mediassa

Kuvio 1: Tapahtumaprosessin kulku (Vallo & Häyrinen 2016, 189)

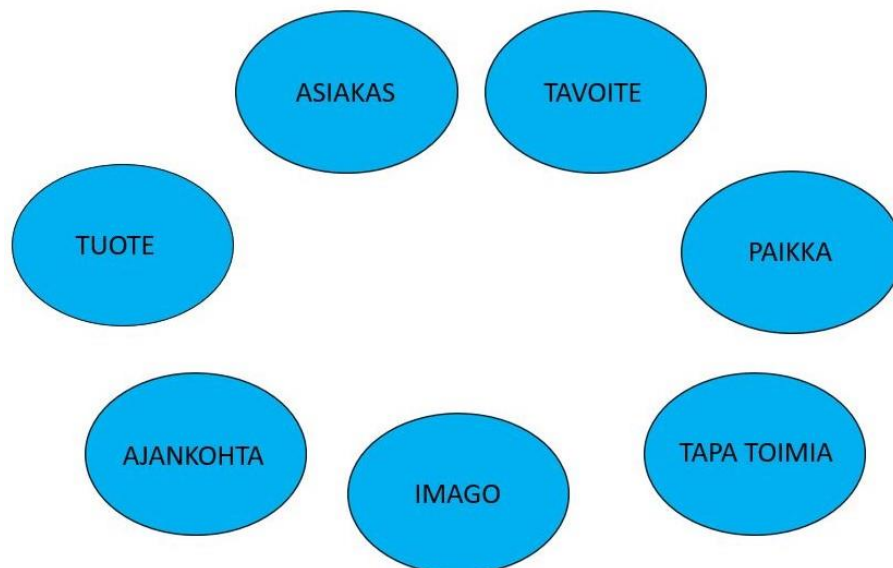
3.2 Suunnitteluvaihe

Tapahtuman suunnitteluvaihe on aina aloitettava hyvissä ajoin niin pian kuin mahdollista. Suunnitteluvaiheeseen on kannattaa ottaa mukaan jokainen, ketä tarvitaan tapahtuman toteutusvaiheessa. Tapahtuman järjestäjän on aivan ensiksi osattava vastata kysymykseen: Miksi tapahtuma järjestetään ja mihin tapahtumaa tarvitaan? (Heikkinen & Muhonen 2003, 116.) Lisäksi suunnitteluvaiheessa on erittäin tärkeää miettiä kysymystä: Kenelle tapahtuma järjestetään? On tärkeää tietää, kenelle tapahtuma on suunnattu, eli ketkä ovat tapahtuman kohderyhmä. Tapahtuman kohderyhmän hahmottaminen voi vaikuttaa hyvinkin paljon itse tapahtuman luonteeseen ja sisältöön. Tapahtuman kohderyhmän ollessa hankalasti hahmotettavissa, voidaan ensin miettiä tapahtuman sisältöä ja luonnetta. Kun tapahtuman luonne on määritelty, voidaan sen avulla saada selville mikä on tapahtuman kohderyhmä. Kun näihin perustaviin kysymyksiin on vastattu, pystytään jatkamaan tapahtuman suunnitteluvaihetta. (Vainio 2015, 30.)

Suunnitteluvaiheessa on kannattavaa aina ennakoida tulevaa, mikä voi mennä väärin voi myös oikeasti mennä väärin. On siis erittäin tärkeää suunnitteluvaiheessa ottaa huomioon ja ennakoida kaikki mahdolliset skenaariot. Aina kannattaa myös varmuuden vuoksi olla olemassa varasuunnitelma, jos jokin ei mene suunnitellusti. Suunnitteluvaiheessa ei koskaan voi olla liian varautunut. (Allen 2003, 182.) Monesti sanotaan, että varasuunnitelmaan panostaminen on turhaa ja näin ei itse viralliseen suunnitelmaan santsata tarpeeksi. Tämä väite ei päde tapahtumatuotannossa, sillä on erittäin tärkeää varautua yllättäviin tilanteisiin ja tehdä aina

etukäteen hyvät varasuunnitelmat, sekä miettiä käytännön ratkaisut kuntoon, jos jokin ei mene toivotulla tavalla. (Catani 2017, 116.)

Kun tapahtuman suunnitteluvaiheeseen on saatu mukaan monta tekijää, epäonnistumisen riski pienenee ja saadaan tapahtuman suunnitteluun erilaisia ideoita ja näkökulmia. Häyrisen ja Vallon (2016, 191) mielestä tapahtuman suunnitteluvaihe on pisin ja aikaa vievin vaihe tapahtuman prosessissa. Tapahtumajärjestäjän on osattava itse tapahtumansa koon, tavoitteen ja sisällön mukaan ymmärtää, koska suunnitteluvaihe on aloitettava. Tapahtuman suunnittelu ja ideointivaiheessa on kannattavaa aina kerätä mahdollisimman monta erilaista ideaa, joita voidaan myöhemmin karsia pois. Ideointimenetelmiä on monenlaisia, mutta niistä kannattaa valita muutama ja opetella hallitsemaan ne hyvin. (Juurakko, Kauhanen & Kauhanen 2002, 35.)



Kuvio 2: Tapahtuman toimintaidea (Juurakko, Kauhanen & Kauhanen 2002, 35)

Tapahtuman toimintaidea menetelmän (kuvio 2) avulla pystytään selkeästi miettimään suunnitteluvaiheessa tapahtumarakennetta ja sen avulla ruveta suunnittelemaan tapahtuman palvelupolkua ja projektisuunnitelmaa. Tässä toimintaidea menetelmässä (kuvio 2) jokaiseen lohkoon esitetään useita erilaisia vaihtoehtoja ja ideoidaan yhdessä. (Juurakko, Kauhanen & Kauhanen 2002, 40.)

Tapahtuman tavoitteen tulee olla selkeä jo aikaisessa suunnitteluvaiheessa. Tapahtumia voidaan jakaa myös eri luokkiin niiden koon, tavoitteen, sisällön tai muodon perusteella (Korhonen ym. 2015, 7). Häyrisen ja Vallon (2016, 132-133) mukaan tapahtuman tavoitteen suunnitteluun ja sen toteutukseen käytetään usein liian vähän aikaa. Jos tapahtuman tavoitetta ei ole mietitty huolellisesti, niin lopputuloksena syntyy vain epämääräisiä tilaisuuksia. Kaikille tapahtumille pitäisi myös suunnitteluvaiheessa asettaa konkreettinen tavoite. Yritys voi

esimerkiksi asettaa tapahtuman konkreettiseksi tavoitteeksi tilausten lisäämisen. Tämä konkreettisesti mitattava tavoite voidaan helposti arvioida heti tapahtuman jälkeen. Kun tavoitteeseen on päästy, voidaan heti tapahtuman jälkeen myös nähdä saavutettu tulos. (Häyrinen & Vallo 2016, 132.) Tapahtuman tavoitteet kannattaa aina miettiä huolellisesti, sillä tapahtuman jälkimarkkinointivaihetta helpottaa paljon, kun tapahtuma tavoitteet ovat olleet selkeät ja niitä pystytään näin paremmin analysoimaan.

Ennen kuin tapahtuma voidaan toteuttaa tulisi tapahtuman järjestäjän kuvitella tapahtuman kulku alusta loppuun asti palvelupolun avulla (Häyrinen & Vallo 2016, 191). Palvelupolku kuvastaa asiakkaan kokemusta tapahtumassa tai palvelussa. Palvelupolku kuvaa palvelukokonaisuuden ensimmäisestä palvelutuokiosta aina viimeiseen asti. Palvelupolku on mahdollista jakaa eri vaiheisiin muodostuvan arvon mukaisesti. Jako tehdään yleensä kolmeen vaiheeseen: esipalveluun, ydinpalveluun ja jälkipalveluun. Palvelupolku kuvaa, mitä asiakas havaitsee palvelun aika-akselilla ja miten hän kokee palvelun käyttöliittymän. (Tuulaniemi, J. 2011, 78.) Palvelupolku on yksi tapahtumatuotannon tärkeimmistä työkaluista, sen avulla voidaan huomioida pieniä kontaktipisteitä ja yksityiskohtia, jotka itse tapahtumassa voisivat aiheuttaa ikäviä tilanteita.

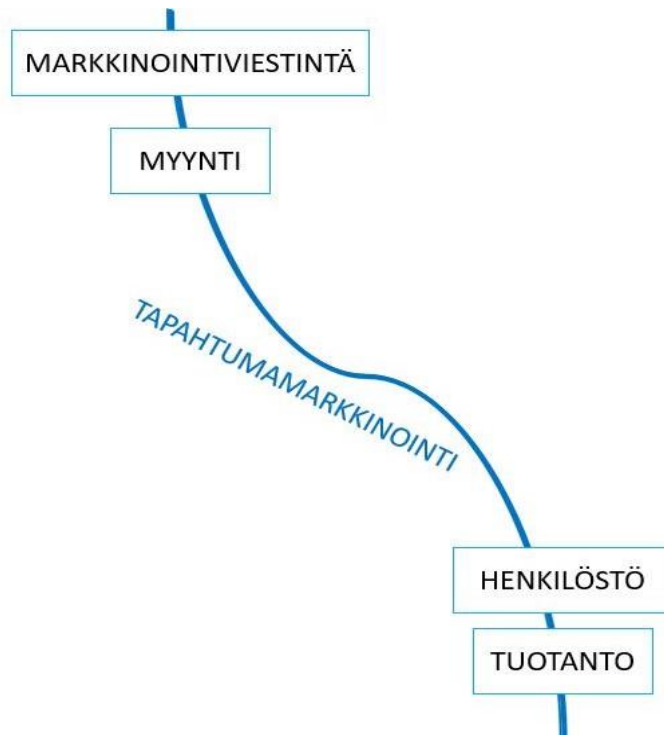
Teurastamalla niin uusien kuin myös jo olemassa olevien tapahtumien suunnittelu ja sisällön miettiminen aloitetaan hyvissä ajoin. Uusia tapahtumakonsepteja voidaan suunnitella useita kuukausia ennen tapahtuman ajankohtaa ja niiden sisältöä suunnitellaan aktiivisesti. Teurastamalla halutaan myös kuunnella tapahtumien kävijöiden ideoita, mielipiteitä ja halutaan järjestää juuri heille mieluisia tapahtumia.

3.2.1 Tapahtumamarkkinointi

Suomen Tapahtumamarkkinointiyhdistys ry:n mukaan tapahtumamarkkinoinnin virallinen määritelmä on kokemukselliset markkinointitoimenpiteet, jossa yritys kohtaa sidosryhmänsä ja asiakkaat ennakkoon suunnitellussa tilanteessa ja ympäristössä (Heikkinen & Muhonen 2003, 41). Tapahtumamarkkinoinnin määritelmiä on olemassa paljon erilaisia. Yleisesti jos nämä määritelmät yhdistetään, katsotaan tapahtumamarkkinoinnin olevan strategisesti pitkäjänteisesti suunniteltua toimintaa, jossa yritys elämyksien avulla viestii eri kohderyhmien kanssa. Tapahtumamarkkinointi on siis toimintaa, joka yhdistää yrityksen ja sen kohderyhmät valitun sisällön, teeman tai idean mukaan tapahtumaan. (Häyrinen & Vallo 2016, 21-22).

Myös kaikki tapahtumat, missä yritys itse markkinoi ja edistää palveluiden tai tuotteidensa myyntiä voidaan määritellä tapahtumamarkkinoinniksi. Tapahtumamarkkinointi toimii hyvin vahvana osana markkinointiviestinnän kenttää. Markkinointiviestinnän kenttä pitää sisällään myyinnedistämistä, monenlaista mainontaa, henkilökohtaista myyntityötä, sponsorointia sekä suhdetoimintaa. (Heikkinen & Muhonen 2003, 41.)

Tapahtumamarkkinoinnin suunnitteluvaiheessa kannattaa ensin ottaa huomioon tapahtuman kohderyhmä, sisältö, imago, myyntikanava, ajankohta, kilpailevat asiat, sekä mahdollisen pääsylipun hinta (Juurakko, Kauhanen & Kauhanen 2002, 113).



Kuvio 3: Tapahtumamarkkinoinnin joki (Heikkinen & Muhonen 2003, 44)

Tohtori Joe Goldblattin mielestä tapahtumamarkkinoinnin pitäisi olla osana organisaation markkinointiviestintää, myyntiä, henkilöstä ja tuotantoa. Goldbatt kuvailee tapahtumamarkkinointia jokena (kuvio 3), jonka pitäisi kulkea yrityksen läpi vaivattomasti ja tukea samalla markkinointiviestinnän muita osa-alueita. Jos tapahtumamarkkinointi on irrallaan yrityksen markkinointiviestinnästä, tapahtumamarkkinointi ei toimi, eikä ole tehokasta. (Heikkinen & Muhonen 2003, 44-45.)

Teurastamolla suuri osa tapahtumamarkkinoinnista tapahtuu sosiaalisessa mediassa Facebookissa, Instagramissa ja Teurastamon omalla nettisivulla. Teurastamolla on käytössä oma tapahtumakalenteri Excel muodossa (kuvio 4). Tapahtumakalenteriin kootaan kaikki tapahtumat ja siihen merkataan aina kun tapahtuma on julkaistu Teurastamon netti- ja Facebook sivulla. Teurastamon tapahtumat ilmoitetaan myös usealle muulle nettisivulle, jotka julkaisevat monia eri tapahtumia omien aikataulujensa mukaisesti.

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

Kuvio 4: Esimerkki Teurastamon tapahtumakalenterista

Teurastamolla myös suunnitellaan ja luodaan itse paljon markkinointimateriaalia. Teurastamolla suunnitellaan itse julisteita, esitteitä ja sosiaalisen median materiaalia kuten Facebook-tapahtumien kansikuvat. Julisteita ja muuta markkinointimateriaalia jaetaan aktiivisesti kaikille Teurastamon alueella toimiville yrittäjille. Myös joitakin julisteita viedään Teurastamon lähialueelle näkyviin paikkoihin. Monesti myös Teurastamon tapahtumissa otetaan paljon valokuvia ja videomateriaalia käytettäväksi myöhemmin markkinointimateriaalina muissa tapahtumissa ja Teurastamon nettisivuilla.

Teurastamolle on luotu myös viimevuonna uusi sähköinen uutiskirje. Uutiskirje on erittäin hyvä markkinointiväline ja halukkaat saavat aina tiedon Teurastamon tulevista tapahtumista ja Teurastamon muiden toimijoiden tilaisuuksista tai aukioloajoista. Uutiskirje sisältää aina ajankohtaista tietoa Teurastamon tulevista tapahtumista, ravintoloista ja muista toimijoista, sekä heidän mahdollisista tapahtumistansa. Teurastamon uutiskirjeen voi tilata sähköpostiinsa Teurastamon nettisivulta.



Kuva 3: Teurastamon julisteita

3.2.2 Tapahtuman budjetti

Tapahtuman budjetin suunnittelu on yksi tapahtumatuotannon osista, mihin kannattaa varata paljon aikaa. Budjettiin sisältyy tapahtuman tulot ja menot, sekä arvioitu nettotulos ja jossakin tapauksissa nettotappio. (Van Der Wagen & White 2018, 414.) Budjetti on siis yksinkertaisesti vain listaus kaikista menoista ja tuloista. Mitä isompi tapahtuma on kyseessä, sitä laajempi budjetti on. Hyvän budjetin merkkeinä voitaisiin pitää, että siinä on pysytty, budjetti ei heittä suunnitellusta ja siinä on osattu ottaa tarpeeksi asioita huomioon. Jotta budjetti olisi helposti luettavissa ja ajan tasalla, kannattaa aina tehdä budjetista mahdollisimman tarkka ja käyttää uusimpia tarjouksia mitä on saatu. (Vainio 2015, 52.)

Nykyaikana tapahtuman budjetti on helppo kirjata esimerkiksi Excel ohjelmaa käyttäen. Excel ohjelmalla saa helposti luotua selkeitä ja yksinkertaisia taulukoita, ja sen pystyy ohjelmoida laskemaan automaattisesti kaikki kohdat yhteen. Teurastamolla budjetit laaditaan Excel-taulukoilla.

Tapahtuman budjetointi on hyvä olla valmiina jo hyvissä ajoin ennen tapahtumaa. Budjetissa pitää ottaa huomioon kaikki pienetkin menot ja tulot. Tapahtumabudjettia suunnitellessa olisi hyvä tarkkailla aikaisempia vastaavia tapahtumia, jos vain mahdollista. Tarkkailemalla

aikaisempia vastaavia tapahtumia saadaan realistinen pohja omalle budjetoinnille (Häyrinen & Vallo 2016, 177).

Kulubudjetti	Tulobudjetti
✓ tilavuokrat	✓ osallistumismaksut
✓ rakentaminen	✓ lipputulot
✓ somistus	✓ arpajaistuotot
✓ tekniikka	✓ tarjoilutuotot
✓ luvat	✓ myyntituotot heti
✓ kuljetukset	✓ myyntituotot viiveellä
✓ yöpyminen	✓ sponsorointitulot
✓ tarjoilut	
✓ materiaalit	
✓ postituskulut	
✓ esiintyjät	
✓ vartiointi	
✓ palkkiot avustajille	
✓ kalustevuokrat	
✓ työtunnit	

Taulukko 2: Tapahtuman kulut ja tuotot (Häyrinen & Vallo 2016, 179)

Tapahtumabudjetin teossa kannattaa ottaa huomioon kaikkien kulujen lisäksi mahdolliset tulot (taulukko 2). Ottamalla huomioon taulukon kaikki kohdat saadaan tehtyä melko hyvä peruspohja tapahtumabudjetille.

Teurastamolla Teurastamon yrittäjät ry on vastuussa tapahtumatuotannon budjetista tuottajan kanssa. Harjoittelijat pääsevät myös tekemään budjetteja tuottajan ohjeistuksella.

Jokaisella tapahtumalla on omat budjettinsa Excel-taulukon muodossa, ja niitä päivitetään aina kun lisäkuluja syntyy ja tapahtuman päätyttyä tarkistetaan ja lisätään kaikki kohdat.

3.2.3 Tapahtuman sponsorointi

Nykyään monet tapahtuman järjestäjät hyödyntävät tapahtumatuotannossaan sponsorointia. ”Sponsorointi on yksilön, ryhmän, tilaisuuden tai muun toiminnan imagon vuokraamista ja hyödyntämistä määriteltäviin markkinointiviestinnän tai muihin tarkoituksiin” (Juurakko, Kauhanen & Kauhanen 2002, 69.) Sponsoroinnilla voidaan tarkoittaa siis liikeyhteyttä, missä sopimuksen mukaan tuetaan tai rahoitetaan tapahtuman toimintaa, itse yritystä tai yksilöä. Sponsorointi on aina vastikkeellista ja edellyttää aina sopimuksen tekoa ja selkeät tavoitteet sponsoroitavalta. Jos halutaan sponsorointia tapahtumaan joltakin yritykseltä, on tapahtumasuunnitelman ja sisällön vastattava sponsoroitavan yrityksen toiveita ja omia suunnitelmia. (Shone & Parry 2004, 116.) Sponsorointi on siis omalla tavallaan yksi suhdetoiminnan osa, millä sponsori saa yleisesti tapahtumassa näkyvyyttä ja sponsoroitava jotakin vastineeksi tehdyn sponsorisopimuksen mukaan (Harju 2003, 55).

Tapahtumasponsoroinnilla katettiin ennen joitakin tapahtuman kuluja ja sponsori sai vastineeksi esimerkiksi omat logonsa tai kylttejä näkyviin tapahtumaan. Nykyään sponsorit ovat enemmänkin yhteistyökumppaneita, jotka esimerkiksi edistävät tapahtumassa mahdollista myyntiä ja saavat itse lisäarvoa omaan markkinointiinsa. Hyvin sponsoroitu tapahtuma on erittäin tehokas tapa tavoittaa tapahtumalle suunnittelu kohderyhmä ja saada näin näkyvyyttä. (Heikkinen & Muhonen 2003, 69-70.)

Teurastamolla on mukana joissakin suuremmissa tapahtumissa sponsoreita. Sponsorit tarjoavat Teurastamolle bannereita, julistepohjia tai muuta markkinointimateriaalia saaden itse näkyvyyttä Teurastamon Tapahtumissa.

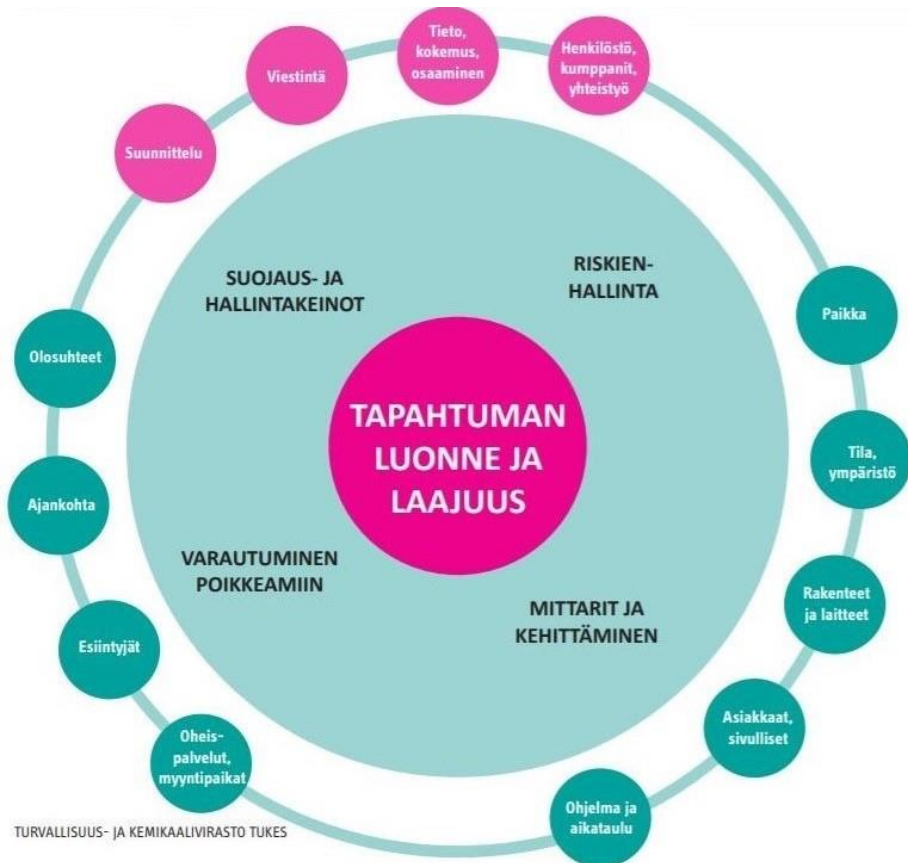
3.2.4 Tapahtumaturvallisuus

Tapahtumaturvallisuuden suunnitteluun kannattaa aina varata mahdollisimman paljon aikaa. Tapahtuman järjestäjän on noudatettava erilaisia lakeja ja säädöksiä tapahtumaa järjestettäessä. Tapahtuman järjestäjän tulee huomioida pelastuslain, terveydensuojelulain ja kuluttajaturvallisuuslain vaatimukset tapahtumatuotannon prosessissaan. Kaikki nämä lait ovat tehty turvaamaan tapahtumaan osallistuvia kävijöitä, kuin myös itse tapahtuman järjestäjää. Näiden lakien ja säädösten tehtävänä on myös herätellä tapahtuman järjestäjä miettimään oman tapahtumansa mahdollisia vaaroja ja riskejä. (Visit Tampere 2018, 7.)

Kaikissa tapahtumissa on aina otettava huomioon tapahtumaturvallisuus. Tapahtuman järjestäjän on huolehdittava siitä, että tapahtuma on turvallinen, eikä aiheuta vaaraa ympäristölle tai ihmisille. Tapahtuman järjestäjällä on aina oltava riittävät tiedot sekä osaaminen tapahtuman turvallisuuden varmistamiseksi. Kaikki tapahtuman turvallisuusriskit on yritettävä arvioida etukäteen hyvissä ajoin. Kaikista tapahtuman läheltä piti -tilanteista ja tapaturmista tulisi pitää kirjaa, sekä aina pyrkiä parhaiten estämään kyseiset tilanteet. Kirjattuja tapaturmia voidaan hyödyntää itse tapahtuman aikana, sekä vastaavien tapauksien estämiseksi tulevaisuudessa. (Turvallisuus- ja kemikaalivirasto Tukes 2019, 2.)

Suurista yli 200 henkilön tapahtumista tehdään aina turvallisuussuunnitelma. Turvallisuussuunnitelmassa pitää kuvata tarkasti, kuinka tulevan tapahtuman turvallisuusjärjestelyt ollaan toteuttamassa. Turvallisuussuunnitelmassa pitää käydä ilmi tapahtuman mahdolliset riskitekijät sekä toimenpiteet, joilla nämä riskitekijät poistetaan kokonaan tai niiden vaikutusta pienennetään. Pelastussuunnitelma (luku 3.2.5) voidaan ja yleisesti sisällytetään osaksi tapahtuman turvallisuussuunnitelmaa (Häyrinen & Vallo 2016, 216-217).

Turvallisuussuunnitelmassa tulisi huomioida tapahtuman kohderyhmät, arvioida osallistujien määrä, tapahtuman järjestyksenvalvonta, poistumis- ja pelastustiet ja paloturvallisuus. Pelastussuunnitelmassa käydään vielä erikseen läpi kaikki tapahtuman mahdolliset palo-, onnettomuus-, riski- ja vaaratilanteet. (Martikainen & Ranta 2017, 29-31.)



Kuvio 5: Tapahtumaturvallisuuden suunnittelun tietomalli (Turvallisuus- ja kemikaalivirasto Tukes 2019)

Tapahtuman turvallisuussuunnitelmaa laatiessa kannattaa seurata tapahtumaturvallisuuden suunnittelun tietomallia (kuviokuva 5). Turvallisuus- ja kemikaalivirasto Tukes on tehnyt erittäin selkeän ja toimivan mallin, missä tulee selkeästi ilmi kaikki tapahtumaturvallisuuden tärkeimmät kohdat.

Teurastamolla jokaiseen suureen tapahtumaan, tai jos on havaittavissa riski- tai vaarateki- jöitä, tehdään aina Helsingin kaupungin oman pohjan mukainen turvallisuussuunnitelma, sekä siihen sisältyvä pelastussuunnitelma. Pelastussuunnitelmat Teurastamolla tehdään aina huolella ja tuottaja käy läpi jokaisen suunnitelman, ennen kuin ne lähetetään eteenpäin Helsingin kaupungille. Turvallisuus- ja pelastussuunnitelmien pohjat löytyvät Teurastamon Drivestä tai Helsingin kaupungin nettisivuilta.

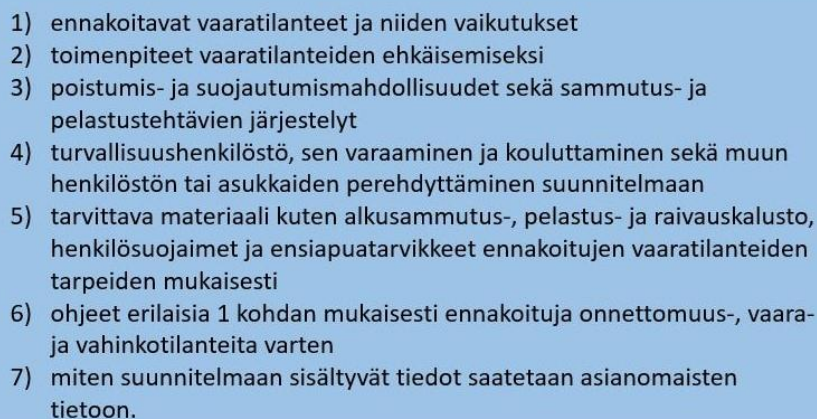
3.2.5 Pelastussuunnitelma

”Pelastussuunnitelma on asiakirja, joka toimii turvallisuutta kehittävän työn välineenä. Pelastussuunnitelman tulee sisältää tiedot siitä, millä tavalla vaaratilanteita pyritään ennaltaehkäisemään, miten niihin varaudutaan ja millä tavalla tapahtuvissa onnettomuustilanteissa

toimitaan’’ (Helsingin kaupunki 2020). Pelastussuunnitelman laadinnassa käydään läpi mm. tulipaloihin tai muihin vaaratilanteisiin liittyvät turvallisuusasiat. Näin saadaan selväksi mitä kaikkia toimenpiteitä pelastamiseen varautumiseksi ja onnettomuuksien ehkäisemiseksi tarvitaan. Pelastussuunnitelman laatiminen helpottaa turvallisuuden ylläpitoa ja hallintaa. Pelastussuunnitelmaan kannattaa sisällyttää myös asioita, joita pelastuslaki ei suoranaisesti vaadi, mutta ovat erittäin tärkeitä kokonaisturvallisuuden kannalta. (Majamaa 2013, 8.)

Suomen pelastuslain (379/2011 16 §) mukaan, tapahtuman järjestäjän on laadittava yleisötilaisuuksiin ja muihin tapahtumiin pelastussuunnitelma. Pelastussuunnitelma tulisi tehdä aina tapahtumiin, joihin osallistuu samanaikaisesti vähintään 200 ihmisiä tai jonkun muun erityisen syyn vuoksi tapahtuman turvallisuuteen sisältyy suuri henkilö- tai paloturvallisuusriski. Pelastussuunnitelma pitää toimittaa alueen pelastusviranomaisille viimeistään 14 vuorokautta ennen tapahtuman tai tilaisuuden alkamista. (Helsingin kaupunki 2020.)

Tapahtuman pelastussuunnitelmassa on arvioitava ja selvitettävä tapahtuman mahdolliset riskit ja vaarat. Kun riskit ja vaarat ovat arvioitu, niiden perusteella määritellään tapahtuman turvallisuusjärjestelyt, sekä annetaan ohjeet mahdollisten vaara- ja onnettomuustilanteiden ehkäisemiseksi. (Lampinen 2011, 63.)

- 
- 1) ennakoitavat vaaratilanteet ja niiden vaikutukset
 - 2) toimenpiteet vaaratilanteiden ehkäisemiseksi
 - 3) poistumis- ja suojautumismahdollisuudet sekä sammutus- ja pelastustehtävien järjestelyt
 - 4) turvallisuushenkilöstö, sen varaaminen ja kouluttaminen sekä muun henkilöstön tai asukkaiden perehdyttäminen suunnitelmaan
 - 5) tarvittava materiaali kuten alkusammutus-, pelastus- ja raivauskalusto, henkilösuojaimet ja ensiaputarvikkeet ennakoitujen vaaratilanteiden tarpeiden mukaisesti
 - 6) ohjeet erilaisia 1 kohdan mukaisesti ennakoituja onnettomuus-, vaara- ja vahinkotilanteita varten
 - 7) miten suunnitelmaan sisältyvät tiedot saatetaan asianomaisten tietoon.

Kuvio 6: Pelastussuunnitelman tärkeimmät kohdat (Lampinen 2011, 65)

Kuviossa 6 on Lampisen (2011, 65) mukaan seitsemän tärkeintä kohtaa, mitkä pitää sisältyä jokaiseen yleisötapahtumaan tehtyyn pelastussuunnitelmaan. Kun pelastussuunnitelma tehdään oikein ja huolellisesti voi suunnitelma myös toimia tapahtuman järjestäjän muistilistana ja helpottaa työntekijöiden yhteistyötä. Tämän vuoksi pelastussuunnitelma kannattaa tehdä myös pienempiin tapahtumiin. (Lampinen 2011, 64.)

Pelastussuunnitelmaa laatiessa kannattaa kuitenkin muistaa, että jokainen pelastussuunnitelma on yksilöllinen ja sen sisältö määräytyy tapahtuman luonteen ja tarpeiden mukaan. Jokaisen työyhteisön kyvyt varautua pelastustoimenpiteisiin, vaaratekijät, sekä toimialan koko ovat erilaisia, joten myös pelastussuunnitelmat poikkeavat näin toisistaan. (Majamaa 2013, 17.)

3.3 Toteutusvaihe

Korhonen ym. (2015, 17) toteaa että, toteutusvaiheeksi voidaan kutsua kaikkia niitä hetkiä, joissa suunnitelmista tulee todellisuutta. Tapahtuman toteutusvaihe onnistuu, jos taustalla on hyvä suunnitteluvaihe ja aikataulutus. Toteutusvaiheessa pitää ottaa huomioon tapahtuman henkilökunta, osallistujat, tapahtumaympäristö ja tärkeimpänä että jokainen tapahtuman järjestämiseen osallistuva tietää omat tehtävänsä. Tapahtuman toteutusvaihe voidaan jakaa kolmeen osaan, rakennusvaihe, itse tapahtuma ja purkuvaihe. (Korhonen ym. 2015, 17.) Rakennusvaiheen kesto ja sisältö on aina tapahtumakeskeistä. Jokaisen tapahtuman rakennusvaihe on mietittävä hyvin etukäteen jo suunnittelu- ja ideointivaiheessa. Rakennusvaiheessa on otettava huomioon tapahtumatila, tapahtuman kesto ja tapahtuman budjetti. Rakennusvaihe yleensä kestää toteutusvaiheen osa-alueista pisimpään. (Häyrynen & Vallo 2016, 199.) Teurastamon kesän tapahtumat ovat suurimmaksi osaksi ulkotapahtumia, joissa on yleensä musiikki artisteja soittamassa. Teurastamon tapahtuminen toteutusvaiheessa otetaan huomioon lavan rakennus, äänitekniikka, telttojen rakennus ja muun piha-alueen rakentaminen.

Tapahtuman onnistumisen varmistamiseksi tapahtumapäivänä kannattaa, jos vain mahdollista, järjestää kenraaliharjoitukset eli käydä läpi tapahtuman ohjelma. Kenraaliharjoitus olisi järkevä järjestää aina kuin kyseessä on suurempi tapahtuma, jossa on monta eri elementtiä. Tekniikka, somistus ja rekvisiitta ja mahdollisten esiintyjien esiintymisjärjestys tulisi käydä läpi kenraaliharjoituksissa. Kenraaliharjoitus on hyvä käydä läpi, kun koko tapahtuma on rakennettu valmiiksi, näin tapahtuman järjestäjät ja muut tuotannossa mukana olevat pystyvät vielä vaikuttamaan mahdollisiin epäkohtiin. (Korhonen ym. 2015, 25.)

Itse tapahtuma vaiheessa jokaiselle tapahtumalle pitäisi määritetty vastuuhenkilö, joka valvoo tapahtuman kulkua ja on vastuussa tapahtuman yleisistä järjestelyistä. Tapahtuman laajuus määrittää vastuuhenkilöiden määrän (Häyrynen & Vallo 2016, 199). Teurastamolla itse tapahtuman aikana niin tuottaja ja harjoittelijat ovat aina osallistujien, esiintyjien tai ruokamyyjien saatavilla. Tapahtuman aikana hoidetaan juoksevia asioita, esimerkiksi pidetään tapahtuman viihtyvyydestä ja siisteydestä huolta. Teurastamon tapahtumissa otetaan yleensä paljon videomateriaalia ja valokuvia, jota käytetään markkinointimateriaalina. Sosiaalista mediaan päivitetään myös aktiivisesti koko tapahtuman ajan.

Kun tapahtuma on loppunut, tapahtumajärjestäjän työ ei ole vielä ohi. Purkuvaiheessa tapahtumajärjestäjällä on vastuu huolehtia tapahtuman rakenteiden purkamisesta, piha-alueen siisteydestä, sekä mahdollisesti vuokrattujen välineiden palauttamisesta. Purkuvaiheessa on myös hyvä olla etukäteen sovittu, mikä osa-alue kuuluu kellekin. Purkuvaihe voi jatkua myös seuraavalle päivälle, jos tapahtuma loppuu myöhään illalla, mutta yleensä purkuvaihe hoidetaan heti tapahtuman päätyttyä. (Visit Tampere 2018, 41.)

Teurastamolla tuotantotiimi hoitaa purkuvaiheen aina tapahtuman loputtua. Teurastamon piha-alue järjestäjään siistiin kuntoon, pöydät ja penkit siirretään paikoilleen, lavan tekniikka puretaan ja mahdolliset teltat kasataan. Myös mahdolliset lainatut tavarat palautetaan.

3.4 Jälkimarkkinointivaihe ja tapahtuman analysointi

Aina tapahtuman loputtua olisi hyvä yhdessä tuotantotiimin kanssa analysoida tapahtuman suunnitellut tavoitteet ja arvioida ne huolellisesti. Kun tapahtumalla on suunnitteluvaiheessa luotu selkeät tavoitteet, on tapahtuman analysointi ja onnistumisen mittaaminen helpompaa. Kun arvioidaan ja analysoidaan tapahtuman onnistumista, saadaan tietää missä onnistuttiin ja mitä seuraavalla kerralla voidaan tehdä toisin tai kehittää. Tapahtuman jälkimarkkinoinnin päätavoite on lunastaa suunnitteluvaiheessa annetut lupaukset ja tavoitteet.

Tapahtuman onnistumista voidaan mitata esimerkiksi kvalitatiivisesti eli laadullisesti tai kvantitatiivisesti eli määrällisesti. Laadullisesti voidaan mitata tapahtuman laatua, osallistujien tyytyväisyyttä tai yleistä palautetta tapahtumasta. Laadullinen mittaaminen toteutetaan yleensä palautekyselyllä. Laadullinen mittaaminen on aina hankalampaa, mutta sen onnistuttua erittäin tuottoisaa. Määrällisesti voidaan mitata esimerkiksi tapahtuman kävijämäärää, saatuja uusia kontakteja ja yhteystietoja, sekä tapahtuman medianäkyvyyden kasvua sosiaalisessa mediassa. (Korhonen ym. 2015, 26.)

Jälkimarkkinointi on myös erittäin tärkeä osa tapahtumatuotantoa, ja sen avulla yritys tai tapahtumajärjestäjä saa tärkeää palautetta tapahtumastaan. Jälkimarkkinoinnin toimenpiteitä voi olla mm. palautteen kerääminen, erilaiset jaettavat materiaalit tai tapaamisten sopiminen. Yleisin tapa kerätä palautetta tapahtuman jälkeen on tehdä lyhyt palautekysely tapahtumasta. Palautekysely voidaan toteuttaa jo tapahtumapaikalla paperisena versiona, kun tapahtuma on loppumaisillaan, tai myöhemmin esim. yrityksen nettisivulla tai osallistujien sähköpostiin jaettuna sähköisenä versiona. Palautekysely kannattaa aina pitää kevyenä ja lyhyenä, sekä muodoltaan tapahtumaan sopivana. Kysymykset kyselyyn kannattaa aina miettiä tarkoin ja sen kautta, mitä tietoa halutaan tapahtumasta saada ja miksi. Palautekyselyssä voidaan arvioida mm. tapahtuman onnistumista, palveluiden toimivuutta, tapahtumasisällön laatua, brändin näkyvyyttä ja niin edelleen. (Catani 2017, 124-125.)

Teurastamolla jälkimarkkinointia tehdään suunnitellusti joistakin uusista tapahtumakonsepteista keräämällä palautetta Google Forms -kyselylomakkeella. Monesti myös Teurastamon tuottaja saa melko suoraa palautetta itse tapahtumien aikana, ja myös tämä palaute kerätään talteen tulevaisuutta varten. Joskus myös Teurastamon sosiaalisessa mediassa tehdään nopeita kyselyitä, kuten esimerkiksi minkälaisia tapahtumia ihmiset haluaisivat järjestettävän, mitä sisältöä he haluaisivat tapahtumiin ja yleisiä mielipiteitä Teurastamon tapahtumista.

4 Käsikirjan suunnitteluprosessi

Olin itse Teurastamolla viimekesänä tapahtumatuotannon työharjoittelussa, ja silloin idea sai alkunsa. Olin erittäin kiinnostunut tapahtuma-alasta ja olin suunnitellut tekeväni opinnäytetyöni siihen liittyen. Työharjoitteluni aikana huomasin, että Teurastamolta puuttui selkeä opas tai käsikirja heidän tapahtumien tuottamisen tueksi, ja näin idea tälle opinnäytetyölle syntyi. Kun työharjoittelujaksoni Teurastamolla loppui, myös opinnäytetyön idea jäi pelkästään alustavaan ideointivaiheeseen. Olin yhteydessä Teurastamon tuottajaan uudestaan tammikuussa 2020 ja aloitimme suunnittelemaan mahdollisen opinnäytetyön sisältöä pidemmälle. Ehdotimme molemmat eri ideoita, ja lopuksi päädyimme tapahtumatuotannon käsikirjaan. Käsikirjan tarkoituksena on toimia Teurastamon tapahtumatuotannon prosessin tukena ja muistilistana. Käsikirjan sisältö on tarkoitettu Teurastamon uusille työntekijöille ja harjoittelijoille.

Varsinkin kesällä Teurastamolla on erittäin paljon erilaisia tapahtumia, ja samalla viikolla voi olla jopa kaksi tai kolme tapahtumaa. Mielestäni on hyvä olla yksi varsinainen pohja, mistä uudet harjoittelijat pystyvät seuraamaan työvaiheita ja virkistämään muistiaan. Käsikirja sisältää perustiedot tapahtumatuotannon vaiheiden teoriasta ja toimii työkaluna tuotannon kaikissa vaiheissa. Teurastamolla oli jo valmiiksi olemassa joitakin perehdytysmateriaaleja, mutta yksi selkeä pohja puuttui kokonaan. Käsikirjaan koottiin tapahtumatuotannon prosessin vaiheet Teurastamon tapahtumien näkökulmasta, yhdistäen tapahtumatuotannon teoriaa ja lopputuloksena syntyi selkeä mutta visuaalinen tapahtumatuotannon käsikirja.

Tapahtumatuotannon käsikirja Teurastamon tapahtumien järjestämisen tueksi oli tämän opinnäytetyön toiminnallinen tuotos, joka luotiin Canva kuvankäsittelyohjelmalla. Käsikirjassa yhdistyy tapahtumatuotannon teoria ja oma osaamiseni, sekä oma havainnointini viimekesän työharjoittelujaksoltani Teurastamolla.

4.1 Käsikirja käytännössä

Käsikirja toteutettiin käyttämällä Canva kuvankäsittelyohjelmaa. Canva on kuvankäsittelyohjelma, sekä graafiseen suunnitteluun tarkoitettu nettisivusto, jonka konsepti perustuu

yksinkertaisuuteen ja helppokäyttöisyyteen. Canvan perusversio on täysin ilmainen, mutta lisäominaisuuksia on saatavilla maksullisena.

Canvan perusti vuonna 2012 Melanie Perkins, Cliff Obrecht ja Cam Adams. Nykypäivänä Canvalla on yli miljoona käyttäjää 179 maassa, ja joka sekunti Canvalla luodaan kymmeniä erilaisia suunnittelupohjia. Sovelluksessa tavoitellaan helppokäyttöisyyttä hyödyntämällä muun muassa valmiita templaatteja, suunnittelupohjia ja sosiaalisen median suunnittelumalleja. Grafiikkakirjastot koostuvat kuvista, symboleista, ikoneista ja sommitelmista. Canvalle voi myös helposti ladata omia kuvia, videoita, logoja ja taustoja. (Canva 2020.)

Canva valittiin tämän käsikirjan luomiseen, koska Canvalla on mahdollista tehdä erittäin visuaalisia ja ammattimaisen näköisiä lopputuloksia. Tavoitteeni käsikirjalle oli saada siitä visuaalinen, joten Canva oli hyvä valinta käsikirjan tuottamiseen. Canvalla on käytössä hyvin laaja määrä erilaisia suunnittelupohjia ja erilaisia elementtejä, jotka auttoivat tässä valinnassa. Käsikirja tallennettiin Canvassa PDF-tiedostona ja lähetettiin sähköisenä toimeksiantajalle.

4.2 Käsikirjan sisältö

Käsikirjan suunnittelu aloitettiin hyvissä ajoin jo tammi-, helmikuun vaihteessa. Canva kuvankäsittelyohjelmalla suunnittelu aloitettiin ensin sopivan kansikuvan valitsemisesta ja yhdistämällä siihen erilaisia Teurastamon logoja. Kun kansikuva oli päätetty, käsikirjan muut sivut sekä värit olivat helppo yhdistää Teurastamon logojen värimaailman kanssa, ja aloittaa itse käsikirjan sisällön suunnittelu ja kirjaaminen. Käsikirjassa käytettiin Canvalla olevia valmiita elementtejä, kuvioita, kehyksiä ja tekstipohjia, ja ne muokattiin Teurastamon imagoon sopivaksi. Käsikirjassa käytetyt valokuvat ovat Teurastamon nettisivuilta, Drivestä tai Teurastamon Flickr -valokuvien ja videoiden jakamiseen erikoistuneelta yhteisöpalvelusivustolta.

Heti käsikirjan suunnitteluvaiheessa halusin, että käsikirja olisi visuaalinen mutta samalla tarpeeksi informatiivinen. En halunnut käsikirjan olevan pelkästään täynnä kuvia tai vastaavasti tekstiä, vaan halusin löytää visuaalisuuden ja informatiivisuuden tasapainon käsikirjan sisältöön. Tapahtumatuotanto on erittäin laaja käsite, joten aihe rajattiin niin, että käsikirjan sisältö vastaisi Teurastamon tapahtumatuotannon prosessia. Rajaamalla käsikirjan sisällön koskemaan vain Teurastamon tapahtumatuotannon prosessia, saatiin käsikirja pidettyä helppolukuisena, mutta samalla informatiivisena.

Käsikirjassa käytiin läpi mielestäni Teurastamon näkökulmasta tärkeät tapahtumatuotannon prosessin vaiheet yksitellen visuaalisesti ja selkeästi. Käsikirja jaettiin kolmeen osaan: suunnitteluvaiheeseen, toteutusvaiheeseen ja jälkimarkkinointivaiheeseen. Käsikirjassa käytiin läpi selkeässä järjestyksessä Teurastamon tapahtumatuotannon prosessi ja siihen liittyvät osa-alueet.

Monet lukemani tapahtumatuotannon käsikirjat, manuaalit tai oppaat sisältävät mielestäni monesti liian paljon tekstiä ja ovat monia kymmeniä sivuja pitkiä. Jos käsikirja on liian yksitoikkoinen ja pitkä, niin se ei mielestäni toimi lukijalle parhaana mahdollisena oppimisen lähteenä. Halusin myös käsikirjan olevan Teurastamon näköinen, ja tein sen oman työharjoitteluni pohjalta Teurastamolla. Käsikirjassa keskityttiin enemmän kuvien, logojen ja kuvioiden käyttöön, joka toimii hyvin Teurastamon imagon kanssa.

5 Johtopäätökset

Opinnäytetyöni tavoitteena oli suunnitella ja luoda visuaalinen, mutta informatiivinen tapahtumatuotannon käsikirja Teurastamolle tapahtumien järjestämisen tueksi. Tavoitteena oli suunnitella ja toteuttaa tapahtumatuotannon käsikirja niin, että Teurastamon tapahtumatuotannon tiimi ja harjoittelijat pystyisivät hyödyntämään sitä kaikissa järjestämissään tapahtumissa. Tavoitteeni pitää käsikirja hyvin visuaalisena, mutta samalla tarpeeksi informatiivisena toteutui, ja lopputuloksena syntynyt käsikirja (liite 1) onnistui aikataulussa, sekä vastaa toimекsiantajan tarpeita. Käsikirja on helppolukuinen ja sen avulla on mahdollista suunnitella ja tuottaa tapahtumia Teurastamon imagoon sopien. Käsikirjan värit ja kuvat edistävät helppolukuisuutta kuitenkin katkaisematta helppolukuisuutta.

Tapahtumatuotannon käsikirjan konkreettinen hyöty ja käyttötarkoitus on helpottaa tapahtumatuottajan kiireistä arkea, sekä toimia muistilistana uusille työntekijöille ja harjoittelijoille. Tapahtumatuotannon käsikirjasta voi helposti seurata mitkä kaikki vaiheet on tehty, ja mitä pitää vielä ottaa huomioon.

Käsikirja sisältää Teurastamon tapahtumatuotannon prosessin kaikki osa-alueet, ja niitä on helppo ja selkeä seurata käsikirjasta. Käsikirjan sisältö toteutettiin vastaamaan sen käyttäjän tarpeita tapahtumasta riippumatta. Käsikirjaa ei tarvitse noudattaa kirjaimellisesti, vaan tapahtuman sisällön ja luonteen perusteella käsikirjasta voidaan hyödyntää muutamaa kohtaa, kun taas joissakin muissa tapahtumissa koko käsikirjan sisältö voidaan ottaa käyttöön.

Teurastamon tuottajilla on paljon kokemusta tapahtumatuotannosta, ja siksi käsikirja toimii enemmänkin peruspohjana sekä muistilistana tapahtumien järjestämisen tueksi. Käsikirja on suurimmaksi osin tarkoitettu Teurastamon uusille työntekijöille ja harjoittelijoille, ja sen avulla he voivat seurata tapahtumatuotannon prosessin osa-alueita. Tämän vuoksi käsikirja toimii hyvin myös perehdytyspohjana. Teurastamolla tuottajat eivät ehdi aina olla itse paikan päällä neuvomassa, ja siksi uudet työntekijät sekä harjoittelijat voivat tarkistaa käsikirjasta missä vaiheessa tapahtuman järjestäminen on, ja onko kaikki tarvittava jo tehty.

Lähteet

Painetut

Allen, J. 2003. Event planning: Ethics and etiquette. Kanada: John Wiley & Sons Ltd.

Capell, L. 2013. Event Management for Dummies. Chichester: John Wiley & Sons Ltd.

Catani, J. 2017. Onnistunut yritystapahtuma, järjestäjän käsikirja. Liettua: BALTO print.

Heikkinen, L. & Muhonen, R. 2003. Kohtaamisia kasvokkain: Tapahtumamarkkinoinnin voima. Jyväskylä: Kirjapaino.

Harju, L. 2003. Työelämän tapahtumat ja tilaisuudet. Keuruu: Otavan Kirjapaino.

Häyrinen, E. & Vallo, H. 2016. 5. Painos. Tapahtuma on tilaisuus: Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Tallinna: Tietosanoma.

Juurakko, A., Kauhanen, J. & Kauhanen, V. 2002., J. & Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuma suunnittelu ja toteutus. Vantaa: Dark.

Lampinen, J. 2011. Ekologisen ja turvallisen yleisötilaisuuden järjestämisopas. Sastamala: Vammalan Kirjapaino.

Majamaa, J. 2013. Pelastussuunnitelma. Opas yrityksille ja muille työyhteisöille. Tampere: Tammerprint.

Martikainen, S. & Ranta, T. 2017. Turvallinen tapahtuma - Opas oppilaitosten ja korkeakoulujen tapahtumajärjestäjälle. Helsinki: Kopio Niini.

Shone, A. & Parry, B. 2004. 2. Painos. Succesful Event Management. London: Thomson Learning

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Liettua: Balto print.

Vainio, M. 2015. Tuunaa tapahtuma! Opiskelijatapahtuminen järjestämisen opas. Pori: BrandID.

Van Der Wagne, L. & White, L. 2018. Event Management: For tourism, cultural, business and sporting events. 5. painos. Australia: Cengage.

Sähköiset

Canva. 2020. Viitattu 1.4.2020. <https://www.canva.com/>

Helsingin Kaupunki. 2020. Viitattu 3.3.2020. <https://www.hel.fi/helsinki/fi>

Korhonen, H., Korkalainen, K., Pienimäki, T. & Rintala, S. 2015. Laurea-ammattikorkeakoulu, Tapahtumajärjestäjän opas. <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/105211/58.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Teurastamo. 2020. Viitattu 25.2.2020. <https://teurastamo.com/>

Turvallisuus- ja kemikaalivirasto Tukes, 2019. Tapahtumaturvallisuusopas. Viitattu 3.3.2020. <https://tukes.fi/documents/5470659/11781251/Tapahtumaturvallisuusopas/c6c8241a-abb6-123f-1752-bf0c1cd85451>

Visit Tampere. 2018. Tapahtumajärjestäjän opas. Viitattu 1.4.2020. https://visittampere.fi/wp-content/uploads/2018/09/Tapahtumajarjestajan_opas_verkko.pdf

Kuviot

Kuvio 1: Tapahtumaprosessin kulku (Vallo & Häyrinen).....	11
Kuvio 2: Tapahtuman toimintaidea (Juurakko, Kauhanen & Kauhanen)	12
Kuvio 3: Tapahtumamarkkinoinnin joki (Heikkinen & Muhonen)	14
Kuvio 4: Esimerkki Teurastamon tapahtumakalenterista	15
Kuvio 5: Tapahtumaturvallisuuden suunnittelun tietomalli (Turvallisuus- ja kemikaalivirasto Tukes).....	20
Kuvio 6: Pelastussuunnitelman tärkeimmät kohdat (Lampinen).....	21

Taulukot

Taulukko 1: Tapahtumatuotannon osa-alueet (Häyrinen & Vallo)	10
Taulukko 2: Tapahtuman kulut ja tuotot (Häyrinen & Vallo)	17

Liitteet

Liite 1: Tapahtumatuotannon käsikirja: Teurastamo.....	31
--	----

Liite 1: Tapahtumatuotannon käsikirja: Teurastamo





Laurea-ammattikorkeakoulu 2020

Opinnäytetyö

Taija Viherranta

Käsikirjan valokuvat: <https://teurastamo.com/> ja [flickr.com/photos/teurastamo](https://www.flickr.com/photos/teurastamo)

SISÄLLYSLUETTELO

1. Käsikirjan tarkoitus	4
2. Tapahtumatuotannon prosessi	5
3. Suunnitteluvaihe	6
4. Tapahtumamarkkinointi	12
5. Toteutusvaihe	18
6. Jälkimarkkinointi	21
7. Lähteet	24



KÄSIKIRJAN TARKOITUS

Tämän käsikirjan tarkoituksena on tukea ja auttaa Teurastamon tapahtumatuotannon henkilökuntaa ja harjoittelijoita tapahtumien järjestämisessä ja niiden toteuttamisessa.

Käsikirjan avulla saa selkeän mutta visuaalisen kuvan Teurastamon tapahtumien järjestämisestä, sekä niiden eri vaiheista. Käsikirjassa käydään läpi mitä kaikkea tapahtumajärjestäjien pitää ottaa huomioon Teurastamon tapahtumien suunnittelu-, toteutus ja jälkimarkkinointivaiheissa.



TAPAHTUMATUOTANNON PROSESSI



TEURASTAMO HELSINKI
HELSINGFORS

1. SUUNNITTELUVAIHE

- Hyvin suunniteltu on jo puoliksi tehty!

2. TOTEUTUSVAIHE

- Suunnitelmasta tositoimiin!

3. JÄLKIMARKKINOINTI

- Miten onnistuttiin?



SUUNNITELUVAIHEEN MUISTILISTA



NIMEÄ TAPAHTUMA

Tapahtuman nimi voi muuttua monta kertaa suunnitteluvaiheessa. On hyvä ideoida ja ehdottaa monta nimeä.



MÄÄRITTELE TAVOITTEET

Jokaiselle tapahtumalle kannattaa suunnitella tarkat tavoitteet. Kun selkeä tavoite on annettu, on tapahtuman lopuksi helppo määritellä, oliko tapahtuma onnistunut ja mitä voisi vielä kehittää.



PÄÄTÄ TAPAHTUMAPÄIVÄ(T)

Teurastamolla on olemassa selkeä tapahtumakalenteri. Kalenterista pystyy seuraamaan milloin mitäkin tapahtumia on suunniteltu toteutuvan. Kannattaa myös tarkistaa lähialueen muut samankaltaiset suuret tapahtumat päällekkäisyyksien ehkäisemiseksi.



KOKOA PROJEKTIRYHMÄ

Kun projektiryhmä on koottu, jaetaan jokaiselle omat vastualueet tapahtumatuotannon prosessissa ja itse tapahtumapäivälle.



TEE ALUSTAVA BUDJETTI

Budjetit Teurastamolla tehdään yhdessä tuottajan kanssa Excel taulukolla.



VALITSE TAPAHTUMAN KOHDERYHMÄ

Kohderyhmä on myös aina hyvä miettiä etukäteen. Tapahtuman kohderyhmän selvittämällä voidaan saada lisää ideoita itse tapahtuman sisältöön.

SUUNNITTELUVAIHE ON ENITEN AIKAA
VIEVÄ JA SAMALLA VAIKEIN
TAPAHTUMATUOTANNON OSA-ALUE.

100%

KYSEISEEN VAIHEESEEN KANNATTAA
KÄYTTÄÄ PALJON AIKAA JA
SUUNNITELLA ASIAT HUOLELLA.

Miksi tapahtuma järjestetään?

TEURASTAMO

HELSINKI
HELSINGFORS

Mikä on tapahtuman tavoite?

AIKATAULUTA



TAPAHTUMATUOTANTO ON HEKTISTÄ HOMMAA. KANNATTAA AINA TEHDÄ TAPAHTUMALLE OMA AIKATAULU, JA NOUDATTAA SITÄ.

TEE TO-DO-LISTA



TAPAHTUMIEN SUUNNITTELUVAIHEESSA KANNATTAA TEHDÄ TO-DO-LISTA. LISTASTA ON HELPPO TARKISTAA MITÄ ON JO TEHTY JA MITÄ PITÄÄ VIELÄ TEHDÄ.

TAPAHTUMAN SUUNNITTELU- JA IDEOINTIVAIHEESSA KANNATTAA AINA KERÄTÄ MAHDOLLISIMMAN MONTA ERILAISTA IDEAA, JOITA VOIDAAN MYÖHEMMIN KARSIA POIS.

SUUNNITTELUVAIHEEN TYÖKALUJA

SUUNNITTELUVAIHEESSA VOIDAAN HYVÄKSI KÄYTTÄÄ MONIA ERILASIA TAPAHTUMATUOTANNON TYÖKALUJA. PALVELUPOLKU ON YKSI ERITTÄIN TEHOKAS NIISTÄ!

Palvelupolun avulla voidaan miettiä asiakkaan näkökulmasta kaikki tapahtuman osa-alueet. Näin saadaan selkeä kuva mitä kaikkea asiakas kokee tapahtumaa ennen, sen aikana, sekä tapahtuman jälkeen. Tämän avulla saadaan selville tarvitseeko jotakin tapahtuman osa-aluetta muuttaa, tarvitseeko siihen lisätä jotain tai mahdollisesti jopa poistaa tapahtumalle epäolennaisia asioita.



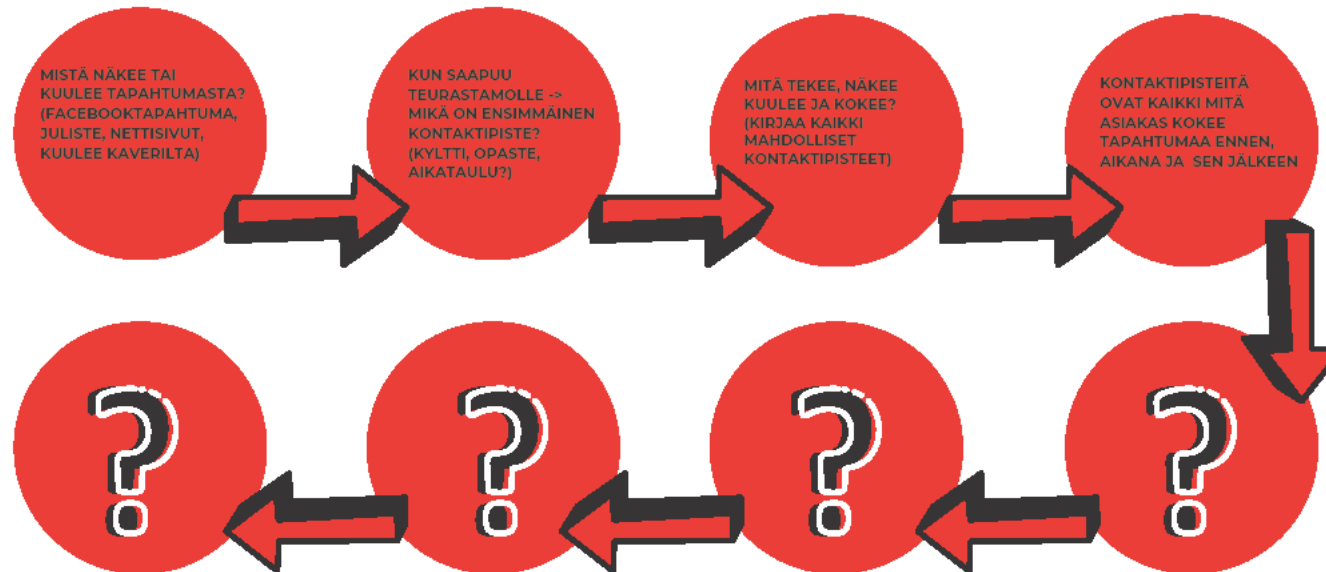
TEURASTAMO

PALVELUPOLKU ESIMERKKI

PALVELUPOLUN MALLINTAMINEN AUTTAA POHTIMAAN ASIAKKAAN KOKEMUSTA TAPAHTUMASTA. TÄRKEÄÄ ON MUISTAA KIRJATA KAIKKI ASIAKKAAN PIENETKIN KONTAKTIPISTEET.



KUVITTELE TAPAHTUMAN KULKU ALUSTA LOPPUUN ASTI PALVELUPOLUN AVULLA



Palvelupolku kannattaa miettiä eri kontaktipisteiden kautta ja mallintaa se esimerkiksi käyttämällä kuvassa olevaa jatkumo kaaviota.

VARASUUNNITELMA

TAPAHTUMAA SUUNNITELLESSA KANNATTAA AINA OLLA VALMIINA VARASUUNNITELMA, NIIN SANOTTU PLAN B.

Suunnitteluvaiheessa kannattaa aina ennakoida tulevaa, mikä voi mennä väärin voi myös oikeasti mennä väärin. On siis erittäin tärkeää suunnitteluvaiheessa ottaa huomioon ja ennakoida kaikki mahdolliset skenaariot.



Teurastamolla suurin osa tapahtumista järjestetään ulkona. Suurin syy varasuunnitelman laatimiseen Teurastamolla on siksi säätilan vaihtelu. Myös peruuntumiset vaikuttavat Teurastamon tapahtumiin paljon. Alla on pari esimerkki kysymystä mitä kannattaa miettiä, kun luodaan varasuunnitelmaa.

PLAN B

- Pitääkö koota lisätelttoja tai muita sateensuojia tapahtuman osallistujille?
- Sateen määrä. Sataako suoraan esimerkiksi esiintymislavalle, onko tekniikka ja esiintyjät turvassa sateelta?
- Pitääkö tapahtuma perua, jos koko päiväksi on luvattu sadetta ja kyseessä on esimerkiksi grillaustapahtuma?
- Onko esiintyjä/myyjät tai joku muu perunut tulonsa. Onko tapahtumassa tarpeeksi sisältöä?

TAPAHTUMATURVALLISUUS

KAIKKIEN TAPAHTUMIEN SUUNNITTELUVAIHEESSA ON AINA OTETTAVA HUOMIOON TAPAHTUMATURVALLISUUS. TAPAHTUMAJÄRJESTÄJÄN ON HUOLEHDITTAVA SIITÄ, ETTÄ TAPAHTUMA ON TURVALLINEN, EIKÄ AIHEUTA VAARAA YMPÄRISTÖLLE TAI IHMISILLE.

Suurista yli 200 henkilön tapahtumista tehdään aina turvallisuussuunnitelma. Turvallisuussuunnitelmassa pitää kuvata tarkasti, kuinka tulevan tapahtuman turvallisuusjärjestelyt ollaan toteuttamassa. Turvallisuussuunnitelmassa pitää käydä ilmi tapahtuman mahdolliset riskitekijät sekä toimenpiteet, joilla nämä riskitekijät poistetaan kokonaan tai niiden vaikutus minimoidaan. Pelastussuunnitelma voidaan ja yleisesti sisällytetään osaksi tapahtuman turvallisuussuunnitelmaa.

Teurastamolla jokaiseen suureen tapahtumaan, tai jos on havaittavissa riski- tai vaaratekijöitä tehdään aina Helsingin kaupungin oman pohjan mukainen turvallisuussuunnitelma, sekä siihen sisältyvä pelastussuunnitelma. Pelastussuunnitelmat Teurastamolla tehdään aina huolella ja tuottaja käy läpi jokaisen pelastussuunnitelman ennen kuin ne lähetään eteenpäin Helsingin kaupungille.

Turvallisuus- ja pelastussuunnitelmien pohjat löytyvät Teurastamon Drivestä tai Helsingin kaupungin nettisivuilta.



TAPAHTUMAMARKKINOINTI

KUN TAPAHTUMAN SUUNNITTELUVAIHE ON JO HYVÄLLÄ MALLILLA, ALETAAN MIETTIMÄÄN TAPAHTUMAMARKKINOINTIA.

Tapahtumamarkkinoinnin suunnitteluvaiheessa kannattaa ensin ottaa huomioon tapahtuman kohderyhmä, sisältö, imago, myyntikanava, ajankohta, kilpailevat asiat, sekä mahdollisen pääsylipun hinta.

Teurastamolla myös suunnitellaan ja luodaan itse paljon markkinointimateriaalia. Teurastamolla suunnitellaan itse julisteita, esitteitä ja sosiaalisen median materiaalia, kuten esimerkiksi Facebook-tapahtumien kansikuvat.

Julisteita ja muuta markkinointimateriaalia jaetaan aktiivisesti kaikille Teurastamon alueella toimiville yrittäjille. Myös joitakin julisteita viedään Teurastamon lähialueelle näkyviin paikkoihin. Monesti myös Teurastamon tapahtumissa otetaan paljon valokuvia ja videomateriaalia käytettäväksi myöhemmin markkinointimateriaalina muissa tapahtumissa ja Teurastamon nettisivuilla.



TEURASTAMON SOSIAALINEN MEDIA



NYKYPÄIVÄNÄ SOSIAALINEN MEDIA ON ERITTÄIN TÄRKEÄ MARKKINOINTIKANAVA, MYÖS TEURASTAMOLLA SOSIAALISEN MEDIAN MARKKINOINTI ON SUURESSA ROOLISSA

Teurastamon tapahtumatuotantoon sisältyy vahvasti sosiaalinen media. Teurastamolla on tärkeää pitää Facebook, Instagram, sekä tietysti Teurastamon nettisivut aina ajan tasalla aktiivisesti.

Kaikille tuleville tapahtumille luodaan oma tapahtumasivu Facebookkiin ja niistä ilmoitetaan Teurastamon nettisivuilla. Tapahtumia markkinoidaan aktiivisesti Facebookissa ja Instagramissa.

Tapahtumapäivinä sosiaalinen media pidetään aktiivisena lisäämällä kuva- ja videomateriaalia tapahtumasta koko tapahtuman ajan.

TEURASTAMON UUTISKIRJE

SÄHKÖINEN UUTISKIRJE ON TEHOKAS
TAPAHTUMAMARKKINOINNIN VÄLINE

Teurastamolle luotiin viime vuonna uusi sähköinen uutiskirje. Uutiskirje on erittäin hyvä markkinointiväline, jolla halukkaat saavat aina tiedon Teurastamon tulevista tapahtumista ja Teurastamon muiden toimijoiden tilaisuuksista tai aukioloajoista.

Uutiskirje sisältää aina ajankohtaista tietoa Teurastamon tulevista tapahtumista, ravintoloista, sekä muista toimijoista ja heidän mahdollisista tapahtumistansa. Uutiskirjeen voi tilata sähköpostiin Teurastamon nettisivulta.

TEURASTAMO.COM

TEURASTAMO



TILAA TEURASTAMON
NEWSLETTER MAILIISI!

TEURASTAMO.COM / TEURASTAMOHelsinki / TEURASTAMO

HELSINKI
HELSINGFORS

TEURASTAMO

TEURASTAMON UUTISKIRJE
ON TÄÄLLÄ!

Tässä on Teurastamon ensimmäinen uutiskirje! Käsittämme myyjät teille tulevissa tapahtumissa, myyjäisissä, klubissa ja muissa tapahtumissa. Teurastamon markkinointi on avoimena. Avoimena kesän aikana lähtevän Teurastamo -käsikirjan.

Kiitos kaikille kukaan lähtevä!

Teurastamon tervetulo!

Teurastamon tervetulo!



TAPAHTUMAKALENTERI

Teurastamolla suuri osa tapahtumamarkkinoinnista hoidetaan sosiaalisessa mediassa Facebookissa, Instagramissa ja Teurastamon nettisivuilla. Teurastamolla on käytössä oma tapahtumakalenteri Excel muodossa. Tapahtumakalenteriin kootaan kaikki tapahtumat ja siihen merkataan aina kun tapahtuma on julkaistu Teurastamon netti-, sekä Facebook-sivulla. Teurastamon tapahtumista kerrotaan myös monelle muulle nettisivulle ja nämä toimijat julkaisevat tiedon tapahtumista omien aikataulujensa mukaisesti.

TEURASTAMO

	H	G	D	F	F	G	H	I	J	K	L
						X I*VM (läylyily) -JULKINEN	X I*VM (läylyily) -TAYTETTY/LAHET CTTY	H*PAVAINMA TAPAHTUMA/I*VM/ YKS.KOHDAT			
1	TAPAHTUMAT HUHTI-HEINÄKUU										
2	Kalenteri:	13/04 Paasialismarkki	13/04 Vaalitori	01/05 Vappupöytä	11/05 Pöytäpöytä	17.-19/05 Teurastamo	18-19/05 Kansainvälin	01-02/06 Little Italy	08/06 Herkkumerkit	12/06 Helsinki-Paiva	13/06 Streetfood Thul
3	Stadissa.fi	X	X 1.4.	X 25.4.	X 25.4.	X 29.4.			X 31.5.		X 31.5.
4	Mvhoisinki (kaupungin)	X	X 1.4.	X 25.4.	X 25.4.	X 29.4.			X 31.5.		X 31.5.
5	Mvhoisinki (hs/nyl)	X 29/3	X 1.4.	X 25.4.	X 25.4.	X 29.4.					X 31.5.
6	Mvhoisinki (paikallislehdet)	X 29/3 555547	X 1.4. 367761	X 25.4. 517245	X 25.4. 317215	X 29.4. 517225			X 31.5.		X 31.5. 517215
7	Mvhoisinki (kaikat)										
8	oma face-event	X	X		X	X 23.4.		X	X	X 10.6.	X
9	Kotisivut	X		X 25.4.				X	X	X	X
10	halvat huyit -face	X 21/03			X	X			X 6.6.	X 10.6.	skanki-päivän yhdeyde
11											
12	TAPAHTUMAT HUHTI-HEINÄKUU										
13	Kalenteri:	13/04 Paasialismarkki	13/04 Vaalitori								
14	Stadissa.fi	X	X 1.4.								
15	Mvhoisinki (kaupungin)	X	X 1.4.								
16	Mvhoisinki (hs/nyl)	X 25/4	X 1.4.								
17	Mvhoisinki (paikallislehdet)	X 25/3 965548	X 1.4. 967761								
18	Mvhoisinki (kaikat)										
19	oma face-event	X	X								
20	Kotisivut	X									
21	halvat huyit -face	X 21/04									
22											

Kalenteriin merkataan päivämäärä, kun tapahtuma on julkaistu Facebookissa, Teurastamon nettisivuilla ja kun tieto tapahtumasta on lähetetty muille tapahtumasivuille. Tapahtuma merkataan vihreäksi, kun se on julkaistu.



TOTEUTUSVAIHE

Tapahtuman toteutus onnistuu, jos taustalla on hyvä suunnitteluvaihe ja tarkka aikataulu.

TAPAHTUMAN TOTEUTUSVAIHE VOIDAAN JAKAA KOLMEEN OSAAN

TEURASTAMO 

RAKENNUSVAIHE

Piha-alueen siivous

Lavan kunnostus (tekniikka ym.)

Telttojen kasaus

Tuolien ja pöytien roudaus

Sähköt (esim. ruokamyymälä)

Ylimääräisten roska-astioiden tuominen

Mahdollisten tukusta tarvittavien asioiden nouto

ITSE TAPAHTUMA

Valokuvaus ja videointi (markkinointimateriaali)

Sosiaalinen median aktiivisena pitäminen koko tapahtuman ajan

Osallistujien saatavilla oleminen

Yleisestä viihtyvyydestä sekä siisteydestä huolehtiminen

Juoksevien asioiden hoitaminen

PURKUVAIHE

Piha-alueen siivous

Tuolien, penkkien ja telttojen purkaminen

Tekniikan pois kerääminen

Piha-alueen järjestäminen normaaliksi

Tapahtuman julisteiden poistaminen

Mahdollisten lainattujen tavaroiden palautus



TAPAHTUMAPÄIVÄ(T)

TAPAHTUMAN LÄPIKÄYMINEN ON TÄRKEÄÄ!

Tapahtumapäivänä kannattaa aina ennen tapahtuman alkua kerrata yhdessä tapahtuman kulku huolellisesti läpi kaikkien tapahtumaan osallistuvien kanssa.

Tapahtuman onnistumisen varmistamiseksi tapahtumapäivänä kannattaa, jos vain mahdollista järjestää kenraaliharjoitukset. Kenraaliharjoitus on järkevä järjestää aina kuin kyseessä on suurempi tapahtuma, jossa on monta eri elementtiä.

Tapahtuman läpikäyminen auttaa näkemään tapahtuman kaikki osa-alueet, ja näin pystytään vielä tekemään muutoksia epäkohtiin tarpeen mukaan. Kannattaa myös kerrata kaikkien omat vastuualueet.

STEP BY STEP







TAPAHTUMAN ANALYSOINTI

KUN TAPAHTUMA ON LOPPUNUT, TAPAHTUMAJÄRJESTÄJÄN TYÖ EI OLE VIELÄ OHI!

Tapahtuman loputtua on hyvä yhdessä tuotantotiimin kanssa kerrata tapahtuman tavoitteet ja arvioida tulokset huolellisesti. Kun tapahtumalle on suunnitteluvaiheessa luotu selkeät tavoitteet, on tapahtuman analysointi ja mittaaminen helpompaa. Tapahtumaa analysoimalla saadaan tietää missä onnistuttiin, ja mitä seuraavalla kerralla voitaisiin tehdä toisin tai kehittää.

Tapahtuman onnistumista voidaan mitata esimerkiksi kvalitatiivisesti eli laadullisesti tai kvantitatiivisesti eli määrällisesti. Laadullisesti voidaan mitata tapahtuman laatua, osallistujien tyytyväisyyttä tai yleistä palautetta tapahtumasta. Laadullinen mittaaminen toteutetaan yleensä palautekyselyllä. Laadullinen mittaaminen on aina hankalampaa, mutta sen onnistuttua erittäin tuottoisaa. Määrällisesti voidaan mitata esimerkiksi tapahtuman kävijämäärää, saatuja uusia kontakteja sekä yhteystietoja, ja tapahtuman medianäkyvyyden kasvua sosiaalisessa mediassa.

TAPAHTUMAN JÄLKIMARKKINOINTI

Jälkimarkkinointi on myös erittäin tärkeä osa tapahtumatuotantoa, ja sen avulla yritys tai tapahtumajärjestäjä saa tärkeää palautetta tapahtumastaan. Tapahtuman jälkimarkkinoinnin päätavoite on lunastaa suunnitteluvaiheessa annetut lupaukset ja tavoitteet.

Jälkimarkkinoinnin toimenpiteitä voi olla mm. palautteen kerääminen, erilaiset jaettavat materiaalit tai tapaamisten sopiminen.

Yleisin tapa kerätä palautetta tapahtuman jälkeen on tehdä lyhyt palautekysely tapahtumasta. Palautekysely voidaan toteuttaa jo tapahtumapaikalla, kun tapahtuma on loppumaisillaan paperisena versiona, tai myöhemmin esim. yrityksen nettisivulla tai osallistujien sähköpostiin jaettuna sähköisenä versiona. Palautekysely kannattaa aina pitää kevyenä ja lyhyenä, sekä muodoltaan tapahtumaan sopivana. Kysymykset kyselyyn kannattaa aina miettiä tarkoin ja sen kautta, mitä tietoa halutaan tapahtumasta saada ja miksi. Palautekyselyssä voidaan arvioida mm. tapahtuman onnistumista, palveluiden toimivuutta, tapahtumasisällön laatua, brändin näkyvyyttä ja niin edelleen.

GOOGLE FORMS -TYÖKALULLA SAA TEHTYÄ
HELPOSTI OMAN YRITYKSEN NÄKÖISIÄ
KYSELYITÄ JA LOMAKKEITA!

